

Artur Stefański

Strategie zarządzania kapitałem obrotowym netto w firmach rodzinnych

Ekonomiczne Problemy Usług nr 111, 187-195

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ARTUR STEFAŃSKI

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

STRATEGIE ZARZĄDZANIA KAPITAŁEM OBROTOWYM NETTO W FIRMACH RODZINNYCH

Streszczenie

Celem artykułu jest identyfikacja strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto wybranych firm rodzinnych z województwa wielkopolskiego oraz ich porównanie do firm nierodzinnych działających w tych samych branżach. W artykule przyjęto hipotezę, że firmy rodzinne bardziej konserwatywnie zarządzają kapitałem obrotowym netto od firm nierodzinnych, co wynika między innymi z ich specyfiki. Na potrzeby badania wykorzystano wyniki finansowe z 74 podmiotów gospodarczych. Dane finansowe pochodzą zarówno od producentów (48 obserwacji), jak i podmiotów z sektora usługowego (26 obserwacji). Na podstawie przeprowadzonej analizy postawioną w artykule hipotezę można zweryfikować pozytywnie – firmy rodzinne bardziej konserwatywnie od firm nierodzinnych zarządzają swoim kapitałem obrotowym netto.

Słowa kluczowe: strategie zarządzania kapitałem obrotowym, firmy rodzinne

Wprowadzenie

Zgodnie z badaniami prowadzonymi w Polsce, w Unii Europejskiej i innych krajach przedsiębiorstwa rodzinne mają bardzo znaczący udział w sektorze MŚP, w tym szczególnie duży w grupie małych podmiotów gospodarczych.

Celem artykułu jest identyfikacja strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto wybranych firm rodzinnych województwa wielkopolskiego oraz ich porównanie do firm nierodzinnych, działających w tych samych branżach. Analiza zostanie przeprowadzona na podstawie wyników finansowych podmiotów zaliczanych do MŚP za lata 2009–2010.

Na potrzeby badania przyjęto hipotezę, że firmy rodzinne bardziej konserwatywnie zarządzają kapitałem obrotowym netto od firm nierodzinnych, co wynika między innymi z ich specyfiki.

1. Definicja i specyfika firm rodzinnych

Zarówno wśród teoretyków, jak i praktyków brakuje zgody co do jednolitej definicji przedsiębiorstwa rodzinnego. Nie ma też konsensu co do kryteriów wyróżniania firm rodzinnych, choć najczęściej wskazuje się na: rodzinną strukturę własności podmiotu, sprawowanie kontroli strategicznej przez rodzinę, udział członków rodziny w zarządzaniu, a także zaangażowanie więcej niż jednego pokolenia w funkcjonowanie firmy¹. Rozbieżności w definiowaniu pojęcia przedsiębiorstwa rodzinnego wpływają na wyniki badań dotyczących tej grupy przedsiębiorstw. Na przykład, uwzględniając badania prowadzone na rynku amerykańskim przyjęcie różnych definicji firmy rodzinnej prowadzi m.in. do następujących wniosków²:

- liczba firm rodzinnych zmienia się w przedziale od 4,1 mln do 20,3 mln,
- liczba zatrudnionych w firmach rodzinnych zawiera się w przedziale od 19,8 mln do 77,2 mln osób,
- firmy rodzinne mają od 12% do 49% udziału w wytworzonym PKB.

Przegląd literatury przedmiotu pozwala wyodrębnić cztery podstawowe ujęcia przedsiębiorstwa rodzinnego oparte na³:

- kryterium własności,
- kryterium własności i kryterium zarządzania,
- kryterium prawnym,
- pozostałych kryteriach.

Zgodnie z kryterium własności i kryterium zarządzania, przedsiębiorstwo rodzinne to podmiot gospodarczy, w którym:

- rodzina dysponuje większościami pakietem głosów lub taki większościami pakiet głosów bezpośrednio lub pośrednio kontroluje,
- zarządzający są członkami jednej rodziny dominującej.

Kryterium własności i zarządzania zostało wykorzystane do stworzenia wskaźnika SFI (*Substantial Family Influence*) zaproponowanego przez S.B. Kleina⁴. Zgodnie z tą koncepcją kluczowe znaczenie dla wyodrębnienia firm rodzinnych ma kontrola rozumiana jako własność, zarządzanie i nadzór. Syntetyczny wskaźnik SFI to suma wskaźników struktury udziału rodziny we własności przedsiębiorstwa, udziału członków rodziny w radzie nadzorczej, udziału członków rodziny w zarządzie.

Uwzględniając zebrany materiał empiryczny, bazujący na informacji zawartej w dokumentacji kredytowej zgromadzonej w bankach, brakuje jednak możliwości pogłębienia wiedzy na temat poszczególnych podmiotów w zakresie choćby kultury

¹ W. Handler, *Methodological issues and considerations in studying family businesses*, „Family Business Review” 1989, nr 2, 257–276.

² M. Shanker, J.H. Astrachan, *Myth and realities: family businesses' contribution to the US economy. A framework for assessing family business statistics*, „Family Business Review” 1996, nr 2, s. 107–123.

³ Szerzej zob. M. Stradomski, *Finansowanie obce firm rodzinnych na rynku niedoskonałym*, PWE, Warszawa 2010, s. 42–48.

⁴ S.B. Klein, *Family businesses in Germany. Significance and structure*, „Family Business Review” 2000, nr 3, s. 157–181.

organizacyjnej. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjęto definicję przedsiębiorstwa rodzinnego opartego na kryterium własności i zarządzania, wykorzystując wskaźnik SFI. Jako firma rodzinna będzie traktowany każdy podmiot, dla którego wskaźnik SFI będzie wyższy od jedności⁵, przy czym, jeżeli w danym podmiocie ze względu na jego formę prawną nie ma formalnie wydzielonego zarządu, to zarząd utożsamiany będzie z właścicielami podmiotu. Podobnie, jeżeli w jednostce nie ma formalnie wydzielonej rady nadzorczej, to wskaźnik udziału członków rodziny w składzie rady nadzorczej wynosić będzie 1, przyjęto bowiem założenie, że to właściciele będą pełnić funkcję kontrolną.

Charakteryzując firmy rodzinne warto podkreślić niektóre z ich cech. Jedną z nich jest to, że właściciele rodzinni będą preferować utrzymanie kontroli nad wzrostem wartości przedsiębiorstwa. Zakładanie i prowadzenie firm rodzinnych bywa utożsamiane z działaniami na przetrwanie w niekorzystnych warunkach rynkowych, jako zabezpieczenie rodzin⁶. Ponadto spośród ogółu podmiotów gospodarczych wyróżnia je element sukcesji⁷. A sposób prowadzenia działalności podyktowany jest w dużej mierze osobistymi cechami ich założycieli i sukcesorów. Te preferencje dotyczą między innymi niskiego stopnia akceptacji ponoszonego ryzyka⁸. Potwierdzają to inne badania, z których wynika, że firmy rodzinne cechują się niższym udziałem aktywów obrotowych⁹, co wskazywałoby na bardziej konserwatywne zarządzanie kapitałem obrotowym netto.

2. Metodyka badania

Do identyfikacji strategii kapitału obrotowego netto można używać różnych wskaźników finansowych. Autorzy metod identyfikacji mogą się spierać co do ich przydatności. Zasadniczo jednak niepodważalna pozostaje zasada, by identyfikacji strategii dokonywać na podstawie porównania wartości wybranych wskaźników z ich przeciętnym poziomem w branży. Specyfika branż powoduje duże zróżnicowanie względnej wielkości poszczególnych składników majątku obrotowego oraz wielkości zobowiązań krótkoterminowych.

Wśród sposobów identyfikacji strategii kapitału obrotowego netto można wyróżnić podejście oparte na analizie poszczególnych wskaźników, oddzielnie opisują-

⁵ Zgodnie z badaniami M. Stradomskiego przyjmowanie wskaźnik SFI na poziomie wyższym niż 1 ma zastosowanie w większości badań, w których zdecydowano się na zastosowanie wskaźnika SFI. Za: M. Stradomski, *Finansowanie...*, s. 44.

⁶ E. Więcek-Janka, A. Kujawińska, *Źródła przewagi konkurencyjnej mikroprzedsiębiorstw rodzinnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 595, Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin 2010, s. 59.

⁷ O. Martyniuk, *Wartość przedsiębiorstwa rodzinnego – rozważania nad istotą i pomiarem*, w: *Firmy rodzinne – wyzwania globalne i lokalne*, red. A. Marjański, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, t. XIV, z. 6, cz. 1, Łódź 2013, s. 187.

⁸ A. Winnicka-Popczyk, *Możliwości i ograniczenia w pozyskiwaniu kapitału w przedsiębiorstwach rodzinnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 686, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 47, Szczecin 2011, s. 581.

⁹ M. Stradomski, *Finansowanie...*, s. 55.

cych strategię aktywów obrotowych i oddzielnie strategię finansowania tych aktywów. Zaleca się stosowanie takiej samej liczby wskaźników w każdej z grup¹⁰. Niewątpliwą zaletą tego sposobu postępowania jest kompleksowość i możliwość przeanalizowania różnych aspektów kształtowania przez przedsiębiorstwo struktury majątku oraz struktury źródeł finansowania, jednak wartości poszczególnych wskaźników mogą wskazywać na realizowanie różnych strategii cząstkowych i trudno wówczas jednoznacznie określić łączną strategię zarządzania kapitałem obrotowym netto w przedsiębiorstwie. Inny sposób identyfikacji strategii kapitału obrotowego netto również oparty jest na dużej liczbie oddzielnie liczonych wskaźników¹¹, przy czym w tym podejściu nie postuluje się zrównoważonej liczby wskaźników określających strategię majątkową oraz strategię finansowania, a ponadto dyskusyjne jest stosowanie, jako jednego ze wskaźników identyfikujących strategię, bezwzględnej wartości kapitału obrotowego netto i porównywanie go z średnią branżową, ponieważ nie uwzględnia relatywnej wielkości podmiotów.

W artykule zastosowano podejście do identyfikacji strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto oparte na jednym wskaźniku identyfikującym strategię kształtowania majątku obrotowego (relacja majątku obrotowego do aktywów ogółem) oraz jednym wskaźniku identyfikującym strategię finansowania zobowiązaniami krótkoterminowymi (relacja zobowiązań krótkoterminowych do aktywów ogółem)¹². Im wyższa wartość pierwszego wskaźnika, tym bardziej konserwatywna strategia, a im niższa jego wartość, tym strategia majątku obrotowego bardziej agresywna. W przypadku drugiego ze wskaźników odwrotnie – im wyższa wartość, tym strategia finansowania bardziej agresywna, a im niższy wskaźnik, tym strategia bardziej konserwatywna. Punktem granicznym, który oddziela strategię agresywną od konserwatywnej jest przeciętna wartość wskaźników odnotowana w danym okresie w dziale gospodarki (branży), w której działa przedsiębiorstwo. Aby nie grupować razem przedsiębiorstw o wskaźniku jedynie minimalnie wyższym od średniej branżowej oraz przedsiębiorstw o wysokości wskaźników wielokrotnie wyższych, można policzyć różnicę między wskaźnikiem dla przedsiębiorstwa a średnią wartością wskaźnika w branży. Wielkość tego odchylenia od średniej wskaże na stopień agresywności lub konserwatywności strategii.

Warto dodać, że w odróżnieniu od stosowanego przez autorów, wykorzystanej w pracy metody identyfikacji strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto, na potrzeby niniejszego artykułu wykorzystano średnie arytmetyczne wartości wskaźników finansowych z dwóch sąsiadujących okresów obrachunkowych. Taka modyfikacja jest powodowana próbą wyeliminowania przypadkowych wartości wskaźników, ponieważ wskaźniki obliczane są na podstawie wartości statycznych,

¹⁰ Por. *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Ujęcie sytuacyjne*, red. M. Hamrol, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2005, s. 132–144.

¹¹ A. Tokarski, M. Tokarski, *Charakterystyka strategii finansowania działalności przedsiębiorstwa*, w: B. Kłosowska, A. Tokarski, M. Tokarski, E. Chojnacka, *Strategie finansowania działalności przedsiębiorstw*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006, s. 42–45.

¹² L. Czapiewski, J. Kubiak, *Metody identyfikacji strategii kapitału obrotowego*, w: *Gospodarowanie majątkiem obrotowym w przedsiębiorstwie*, red. D. Krzezińska, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2008, s. 20–42.

a obliczone wskaźniki są bardziej stabilne, czyli w ten sposób wskazują bardziej na długofalową strategię zarządzania kapitałem obrotowym netto.

Średnie wartości wskaźników pozwalających na ustalenie wartości granicznej między strategią agresywną i konserwatywną obliczono także jako średnią z dwóch lat. Przy czym obliczenia dokonano w dwóch wariantach:

- opartym na danych GUS,
- opartym na średnich wartościach wskaźników z populacji.

W pierwszym wariacie wskaźnik dla konkretnego roku obliczono na podstawie danych dostępnych w opracowaniach GUS. Dostępne są informacje na temat kwoty w mln zł wartości na koniec roku, aktywów obrotowych, zobowiązań krótkoterminowych oraz nakładów na środki trwałe, dlatego jako punktu odniesienia przy ustalaniu wskaźników nie uwzględniono, z uwagi na niedostępność danych, sumy bilansowej, ale sumę aktywów obrotowych i nakładów na środki trwałe. Dodatkowo dane pochodzące z firm prezentowane przez GUS podzielono na informacje pochodzące z pomiotów, w których liczba zatrudnionych była większa niż 49 osób oraz takie firmy, w których zatrudniono od 10 do 49 osób. Niestety nie są w tej populacji uwzględnione firmy z mniejszym zatrudnieniem, nie są też znane wielkości (poza liczebnością) opisujące populację w sposób liczbowy, co w zasadzie uniemożliwia wyznaczenie wartości ważonych, dlatego na potrzeby niniejszego artykułu zdecydowano się na wyznaczenie wskaźników granicznych w taki sposób, że obliczono wskaźniki kolejno dla firm o zatrudnieniu powyżej 49 osób oraz oddzielnie dla firm o zatrudnieniu 10–49 osób, następnie obliczono średnią arytmetyczną tych wskaźników.

W drugim podejściu wskaźniki identyfikujące strategię zarządzania kapitałem obrotowym netto policzono bez dodatkowych korekt, ponieważ dostępna w każdej obserwacji była wartość sumy bilansowej, podobnie jak kwota zobowiązań krótkoterminowych i aktywów obrotowych. Wskaźniki policzono jako średnią arytmetyczną z dwóch lat dla każdego z podmiotów, następnie wyznaczono średnią arytmetyczną ze średnich cząstkowych. Policzone wartości wskaźników dotyczą wszystkich firm w branży.

3. Próba badawcza

Pozyskane do próby badawczej wyniki finansowe podmiotów gospodarczych skompletowano przy realizacji projektu „Naukowcy w wielkopolskich firmach – staże badawcze szansą podniesienia innowacyjności i konkurencyjności kluczowych branż dla regionu” (POKL.08.02.01–30–004/11) we współpracy z SBG Bank SA i zrzeszonymi bankami spółdzielczymi, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Informacje zbierano w okresie od stycznia do kwietnia 2012 roku, łącznie pozyskano dane z 642 podmiotów gospodarczych, nieuwzględniając w tej populacji rolników indywidualnych. W całej populacji dominują przedsiębiorcy działający jako przedsiębiorstwa jednoosobowe (302 podmioty, tj. 47%), spółek osobowych zanotowano 147 (23% populacji), spółki kapitałowe stanowią 30% populacji (193 podmioty).

Do dalszej analizy wybrano przedsiębiorstwa jednoosobowe oraz spółki kapitałowe. Przedsiębiorstwa jednoosobowe w całości zaliczono do przedsiębiorstw rodzinnych, natomiast wśród spółek kapitałowych do firm rodzinnych można na podstawie wskaźnika SFI zaliczyć 145 podmiotów. Firm rodzinnych w badanej populacji jest łącznie 447.

Następnie dokonano klasyfikacji firm nierodzinnych do branż, w których działają. Firmy reprezentowały w sumie 14 branż, przy czym w trzech było przynajmniej 5 reprezentantów: budownictwo – 7 firm, produkcja z tworzyw sztucznych – 8, naprawa maszyn i urządzeń – 7. Dalszą analizę ograniczono do produkcji z tworzyw sztucznych i naprawy maszyn i urządzeń, w ten sposób reprezentowane były dwa sektory gospodarki: produkcja i usługi. Następnie z grupy firm rodzinnych wybrano firmy, które działają w tych samych branżach. W branży produkcji z tworzyw sztucznych działa 38 podmiotów, a w branży związanej z naprawą maszyn i urządzeń – 21 firm. Ostatecznie zatem analizę oparto na 74 podmiotach, w tym 15 firm nierodzinnych i 59 rodzinnych, 28 firm to reprezentanci sektora usług, a 46 – produkcji.

4. Wyniki badania

Wyniki przeprowadzonych badań zostały zaprezentowane w tabelach 1, 2 i 3. Warto zauważyć, że wyznaczone średnie wskaźniki wybranych do identyfikacji strategii majątkowej i kapitałowej dla badanej populacji różnią się od średnich wyznaczonych na podstawie danych GUS. W wypadku producentów różnice te są w zasadzie niezauważalne w zakresie strategii majątkowej (w przypadku danych z GUS średnia wartość wskaźnika to 88%, w badanej populacji – 87%). W zakresie strategii kapitałowej różnice są większe (56% dane GUS, 49% – populacja). Większe rozbieżności między średnimi wartościami wskaźników zanotowano dla grupy firm usługowych. W wypadku strategii majątkowej wskaźnik GUS wyniósł 94,2%, a dla populacji 87,4%, natomiast w strategii kapitałowej odpowiednio: 53,4% i 50,1%. Cechą wspólną obserwacji jest to, że wskaźniki przyjmują wartości niższe wówczas, gdy są obliczane na podstawie danych z badanej populacji, co może wynikać z uproszczonego sposobu obliczenia sumy bilansowej przy zastosowaniu danych GUS. Fakt, że większe różnice obserwuje się w grupie firm usługowych częściowo może wyjaśniać tak dużą zmienność w liczbie firm o określonym typie strategii w zależności od punktu odniesienia przy jej ustalaniu.

W firmach produkcyjnych w strategii majątkowej dominuje strategia konserwatywna, co także obserwuje się w firmach rodzinnych. W wypadku natomiast firm nierodzinnych przeważa strategia agresywna. Warto podkreślić, że niezależnie od tego, czy punktem odniesienia były średnie wyznaczone na podstawie danych GUS, czy firm z populacji konkluzje są takie same, choć różnie kształtują się liczebności firm o określonej strategii. Generalnie więcej firm zaliczono do strategii agresywnej przy wykorzystaniu danych GUS, co można tłumaczyć przewagą firm rodzinnych w badanej populacji.

W zakresie strategii kapitałowej wyniki w większym stopniu zależą od średniej przyjętej do wyznaczenia punktu granicznego. Uwzględniając dane GUS, dominuje

strategia konserwatywna, z kolei odnosząc się do średniej z populacji – agresywna (choć należy zauważyć, że jest to niewiele ponad połowa obserwacji). Zasadniczo jednak zauważyć można, że firmy nierodzinne są znacznie bardziej agresywne w strategii kapitałowej od firm rodzinnych.

Tabela 1
Identyfikacja strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto w firmach produkcyjnych

| Identyfikacja strategii | | Badane przedsiębiorstwa | | |
|---|--------------------|-------------------------|-------------|---------|
| | | rodzinne | nierodzinne | razem |
| Liczba (udział w %) firm o agresywnej strategii majątkowej | względem GUS | 16 (42) | 6 (75) | 22 (48) |
| | względem populacji | 11 (29) | 6 (75) | 17 (37) |
| Liczba (udział w %) firm o konserwatywnej strategii majątkowej | względem GUS | 22 (58) | 2 (25) | 24 (52) |
| | względem populacji | 27 (71) | 2 (25) | 29 (63) |
| Liczba (udział w %) firm o agresywnej strategii kapitałowej | względem GUS | 6 (16) | 8 (100) | 14 (30) |
| | względem populacji | 17 (45) | 8 (100) | 25 (54) |
| Liczba (udział w %) firm o konserwatywnej strategii kapitałowej | względem GUS | 32 (84) | 0 (0) | 32 (70) |
| | względem populacji | 21 (55) | 0 (0) | 21 (46) |

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2
Identyfikacja strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto w firmach usługowych

| Identyfikacja strategii | | Badane przedsiębiorstwa | | |
|---|--------------------|-------------------------|-------------|---------|
| | | rodzinne | nierodzinne | razem |
| Liczba (udział w %) firm o agresywnej strategii majątkowej | względem GUS | 18 (86) | 6 (86) | 24 (86) |
| | względem populacji | 8 (38) | 1 (14) | 9 (32) |
| Liczba (udział w %) firm o konserwatywnej strategii majątkowej | względem GUS | 3 (14) | 1 (14) | 4 (14) |
| | względem populacji | 13 (62) | 6 (86) | 19 (68) |
| Liczba (udział w %) firm o agresywnej strategii kapitałowej | względem GUS | 8 (38) | 6 (86) | 14 (50) |
| | względem populacji | 10 (48) | 6 (86) | 16 (57) |
| Liczba (udział w %) firm o konserwatywnej strategii kapitałowej | względem GUS | 13 (62) | 1 (14) | 14 (50) |
| | względem populacji | 11 (52) | 1 (14) | 12 (43) |

Źródło: opracowanie własne.

W grupie firm usługowych poddanych badaniu w zakresie strategii majątkowej różnice w liczbie firm o strategii agresywnej są bardzo duże ze względu na punkt odniesienia. Jeśli wziąć pod uwagę dane GUS jako punkt odniesienia, wówczas dominują agresywne strategie majątkowe, jeśli dane z badanej populacji – wtedy przeważają firmy o strategii konserwatywnej.

W zakresie strategii kapitałowej te rozbieżności są mniejsze. Nieznacznie więcej firm realizuje strategię agresywną, przyczyniły się do tego firmy nierodzinne,

wśród których 6 na 7 realizuje strategię agresywną. W wypadku firm rodzinnych – i to niezależnie od punktu odniesienia – dominuje strategia konserwatywna, choć przewaga nie jest miażdżąca.

Większą zmienność analizowanych cech potwierdzają współczynniki zmienności, które wynoszą: 7% dla wskaźnika udziału majątku obrotowego w grupie producentów, 9% w grupie firm usługowych oraz 21% dla wskaźnika udziału zobowiązań krótkoterminowych w grupie producentów i odpowiednio 28% wśród usługodawców. Współczynniki zmienności wyznaczono dla badanej populacji.

Warto także przeanalizować ile firm osiągało wskaźniki identyfikujące określoną strategię majątkową czy też kapitałową, które wykraczały poza obszar zmienności wyznaczony średnią arytmetyczną w badanej populacji firm oraz odchyleniem standardowym. Wyniki analizy zaprezentowano w tabeli 3.

Tabela 3

Liczba firm i ich udział w badanej populacji, których wskaźniki identyfikacji strategii wykraczają poza obszar zmienności

| Badana grupa | Strategia | Liczba firm (udział w %) poza obszarem zmienności | | |
|--------------|------------|---|-------------|---------|
| | | rodzinne | nierodzinne | razem |
| Producenci | majątkowa | 2 (5) | 2 (25) | 4 (8) |
| | kapitałowa | 12 (32) | 5 (63) | 17 (35) |
| Usługodawcy | majątkowa | 7 (33) | 1 (14) | 8 (29) |
| | kapitałowa | 6 (29) | 2 (29) | 8 (29) |

Źródło: opracowanie własne.

Dane z tabeli 3 potwierdzają obserwacje, że bardziej stabilne w zakresie strategii zarządzania kapitałem obrotowym netto są firmy w grupie producentów niż usługodawców, a ponadto mniej stabilne strategie obserwuje się w zarządzaniu krótkoterminowymi źródłami finansowania niż aktywami obrotowymi.

Podsumowanie

Podsumowując można zauważyć, że w zakresie strategii majątkowej badanym firmom rodzinnym województwa wielkopolskiego bliżej do strategii konserwatywnej, choć trudności w jednoznacznym formułowaniu wniosków powodują wyniki firmy z sektora usługowego w sytuacji, gdy jako punkt odniesienia uwzględnia się wartości wyznaczone na podstawie danych GUS. Zdecydowanie bardziej jednoznaczne wyniki obserwuje się w wypadku badania strategii kapitałowej, wówczas badane firmy rodzinne zachowują się konserwatywnie.

Badaniem potwierdzono między innymi, że identyfikując strategię zarządzania kapitałem obrotowym netto podmiotów należy kierować się danymi branżowymi, bo te znacznie się mogą różnić, co potwierdzają średnie wartości wskaźników służących do identyfikacji strategii w grupach producentów i usługodawców.

Odnosząc się do postawionej w opracowaniu hipotezy można ją, na podstawie zebranego materiału empirycznego i przeprowadzonego badania, zweryfikować pozytywnie – firmy rodzinne bardziej konserwatywnie od firm nierodzinnych

zarządzają swoim kapitałem obrotowym netto. Z powodu braku reprezentatywności statystycznej badanej populacji, powyższego wniosku nie należy jednak uogólniać.

Literatura

- Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Ujęcie sytuacyjne*, red. M. Hamrol, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2005.
- Czapiewski L., Kubiak J., *Metody identyfikacji strategii kapitału obrotowego*, w: *Gospodarowanie majątkiem obrotowym w przedsiębiorstwie*, red. D. Krzemińska, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2008.
- Handler W., *Methodological issues and considerations in studying family businesses*, „Family Business Review” 1989, nr 2.
- Klein S.B., *Family businesses in Germany. Significance and structure*, „Family Business Review” 2000, nr 3.
- Martyniuk O., *Wartość przedsiębiorstwa rodzinnego – rozważania nad istotą i pomiarem*, w: *Firmy rodzinne – wyzwania globalne i lokalne*, red. A. Marjański, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, t. XIV, z. 6, cz. 1, Łódź 2013.
- Shanker M., Astrachan J.H., *Myth and realities: family businesses' contribution to the US economy. A framework for assessing family business statistics*, „Family Business Review” 1996, nr 2.
- Stradomski M., *Finansowanie obce firm rodzinnych na rynku niedoskonałym*, PWE, Warszawa 2010.
- Tokarski A., Tokarski M., *Charakterystyka strategii finansowania działalności przedsiębiorstwa*, w: *Strategie finansowania działalności przedsiębiorstw*, red. B. Kłowska, A. Tokarski, M. Tokarski, E. Chojnacka, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Więcek-Janka E., Kujawińska A., *Źródła przewagi konkurencyjnej mikroprzedsiębiorstw rodzinnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 595, Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin 2010.
- Winnicka-Popczyk A., *Możliwości i ograniczenia w pozyskiwaniu kapitału w przedsiębiorstwach rodzinnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 686, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia nr 47, Szczecin 2011.

STRATEGIES FOR WORKING CAPITAL MANAGEMENT IN FAMILY BUSINESSES

Summary

The aim of the study is to identify the strategies for working capital management in family businesses from Wielkopolska region and its comparison to non-family firms which operate in the same sectors. The hypothesis says that family firms are more conservative than non-family companies in working capital management. In the study financial data from 74 companies were used, 59 family firms among them. There were data from manufacturing sectors (48) and service sectors (26). The analysis conducted in the study lets to verify positively the hypothesis, family firms are more conservative in working capital management than non-family ones.

Keywords: strategies for working capital management, family business

Translated by Artur Stefański